

Redes Sociales

Situación y tendencias en relación a
la Información y la Documentación

Javier Leiva Aguilera

2009

Sumario

Introducción.....	1
1 Redes.....	2
2 Redes sociales en internet	8
3 Origen y evolución	11
4 Tipología de redes sociales	16
5 Redes sociales y Biblioteconomía y Documentación	22
6 Tendencias de futuro	36
7 Conclusiones	43
8 Bibliografía	44
Créditos.....	48

Introducción

Este informe surge como respuesta a la necesidad de la empresa Baratz¹ de acompañar su actividad habitual con procesos de reflexión y análisis acerca de las últimas tendencias del sector. En este contexto se decidió generar una metodología de trabajo que debe aportar a la empresa opiniones y reflexiones de diferentes expertos profesionales.

Baratz contactó conmigo para pedirme un análisis sobre las redes sociales y su relación con la Biblioteconomía y Documentación, tanto en el momento presente como proyectándose en el futuro. Por supuesto, acepté encantado el encargo cuyo resultado ve hoy la luz. Agradezco la confianza de la empresa y la de Eulàlia Espinàs, que ha coordinado todo el proceso y me ha indicado bastantes aspectos a mejorar del borrador inicial. También agradezco la ayuda de Fernando Juárez y de Miquel Rodríguez, que han aportado una visión de contraste al segundo borrador que me ha ayudado a pulir algunos aspectos del documento.

Para la redacción del informe he realizado una aproximación histórica a las redes y su estudio teórico para centrar después el foco en las redes sociales y, en concreto, en su desarrollo en el marco de internet. Más adelante he concretado todavía más limitando el tema al trabajo realizado desde el mundo de las bibliotecas y he terminado ofreciendo una hipótesis de evolución futura.

Mi propósito en este documento ha sido abordar el tema desde un punto de vista poco instrumental. La razón es que debe poder comprenderse el fondo de una cuestión para poder actuar sobre ella con una visión a largo plazo; creo que dejarse llevar por herramientas o tecnologías del momento sin intentar comprender todo el contexto podría llevar a las bibliotecas a trabajar sobre modelos poco estables. En esto, como en las pizzas, la importancia está en la masa.

¹ <http://www.baratz.es/>

1 Redes

Nunca como ahora las personas habían tenido la posibilidad de estar tan conectadas entre ellas. Internet ha propiciado que gentes de distintos lugares del mundo con intereses en común pudieran conocerse y ponerse en contacto fácilmente, y las redes sociales son la herramienta facilitadora de ello. Pero las redes sociales no son algo que haya nacido con internet sino que han existido desde que hay humanos.

Más allá de las personas, el mundo está conectado a través de redes: el sistema eléctrico, internet, las rutas aéreas, las carreteras... estas redes, en realidad, están formadas por infinidad de pequeñas redes conectadas entre ellas, y cada una de estas redes contiene nodos individuales que se comportan de un determinado modo y sin los cuales nada de esto tendría sentido. En realidad, es fácil comprender el comportamiento de los nodos de manera individual, pero lo que los científicos llevan años intentando es comprender cómo funcionan y se desarrollan esos nodos cuando lo hacen en el conjunto de una red: cómo se conectan entre ellos y qué probabilidad tienen de establecer nuevas relaciones a medida que los nodos van estando cada vez más comunicados. Y lo que no es menos importante: cómo se comportan cuando en vez de estar aislados están conectados a otros nodos.

Como dice Duncan J. Watts en *Seis grados de separación*:

El hecho de que conozcamos las reglas que rigen el comportamiento de los individuos no siempre nos ayuda a predecir el comportamiento de la muchedumbre; sin embargo, en ocasiones podemos predecir el comportamiento de la muchedumbre sin conocer prácticamente nada de las personalidades y características únicas de los individuos que la forman.

Además, debemos tener en cuenta que una red no es una foto de nodos interconectados estáticos, sino que dentro de las redes se realiza algo porque cada

uno de sus nodos está en movimiento. Estamos hablando, por lo tanto, de algo dinámico y en evolución constante que debe ser estudiado de ese modo.

Principales teorías

La investigación relacionada con las redes da comienzo en el siglo XVIII, cuando el matemático Leonhard Euler empieza a desarrollar la teoría de los grafos². A partir de aquí y con el paso de los años, este asunto ha trascendido las matemáticas y ha ocupado a científicos de distintas ramas: psicología, sociología, física, etc.

En la teoría de los grafos aleatorios³ (una de las primeras), Paul Erdos y Alfred Rényi estudian el proceso de formación de una red a partir de conexiones entre nodos que se realizan de un modo totalmente aleatorio. Una de las conclusiones más importantes de esta teoría es la que tiene que ver con la transición de fase, que es lo que se produce cuando se llega a un cierto número de conexiones: de repente, diversos grupos de elementos se unen entre si y la red queda formada y conectada en su totalidad. El problema del enfoque de Erdos y Rényi es que basa las conexiones en la aleatoriedad, y esto es algo que no suele producirse en la realidad. Las personas, por ejemplo, no nos conocemos unas a otras de un modo aleatorio (no estamos sentados en el sofá de casa y de repente nos vemos dando un apretón de manos a alguien de la otra punta del mundo) sino que lo hacemos por medio de conocidos comunes o a través de intereses compartidos que en un momento determinado nos pueden llevar a entrar en contacto en un mismo espacio físico o virtual.

Otra teoría, desarrollada desde el punto de vista de la sociología y denominada teoría del mundo pequeño⁴, parte del enunciado formulado por Stanley Milgram que dice que cualquiera de nosotros puede conectarse con cualquier otro habitante del

2 http://en.wikipedia.org/wiki/Graph_theory

3 http://es.wikipedia.org/wiki/Grafo_aleatorio

4 http://en.wikipedia.org/wiki/Watts_and_Strogatz_model

planeta empezando a partir de alguien a quien ya conoce y en no más de seis grados (personas). Esta teoría es muy popular incluso fuera del ámbito investigador y muchos científicos han trabajado en el tema para desentrañar su validez. Destacan las tareas de Steven Strogatz y Duncan J. Watts, los primeros que se propusieron validar la teoría de Milgram y a los cuales muchos siguieron posteriormente. Estos autores dicen que *tendemos no tanto a tener amigos como grupos de amigos; cada grupo se asemeja a un pequeño agrupamiento basado en la experiencia, el lugar o los intereses compartidos por sus miembros, y se unen entre ellos por los recubrimientos que se crean cuando los individuos que figuran en un grupo también pertenecen a otros grupos.*

Recubrimiento y agrupamiento

Las redes de mundo pequeño están formadas por muchos grupos interconectados entre sí de modo que cualquier componente puede entrar en contacto con cualquier otro (lo que no significa que esto se haga siempre de manera sencilla, ya que cada nodo tiene una visión local de la red pese a tener posibilidades a nivel global). Esta conclusión es la que da validez a la teoría de los seis grados de separación (otro aspecto a considerar sería la utilidad real que pueda tener para alguien en concreto estar a tres grados de, por ejemplo, el presidente de Francia) independientemente de que en realidad sean seis, cinco o siete. Por otro lado, de todo ello se desprende que un grupo que no tenga ningún tipo de conexión con algún otro no puede formar parte de su red.

La importancia de los recubrimientos de que hablaban Strogatz y Watts en el establecimiento de nuevas relaciones se ve validada por lo que dice Anatol Rapoport, un matemático que se propuso estudiar cómo las enfermedades contagiosas se transmiten por el mundo y llegó a conclusiones útiles para el tema que nos ocupa. En concreto, concluyó que en una red social solemos entrar en contacto con nuevas personas gracias a las personas con quienes ya tenemos contacto, de tal modo que los círculos tienden a cerrarse. Además, esas personas que hoy son un contacto nuevo nos pueden llevar a nuevos contactos mañana. De

ello se desprende, nuevamente, que una red es algo vivo y por lo tanto en constante evolución.

Las redes sociales muestran en general un gran agrupamiento; es decir, que si imaginamos una red, lo que ocurre es que la mayoría de personas dentro de un grupo comparten amigos. Estos grupos además suelen formarse por contexto (compañeros de trabajo, un interés específico, etc.), lo que acentúa el carácter circular de las relaciones (a las uniones dentro de un grupo las llamamos afiliaciones y, por lo tanto, a los unidos los llamamos afiliados); por decirlo de algún modo, corre poco el aire. Y ese aire es de lo más necesario, puesto que la utilidad en una red la obtenemos principalmente de quien puede ofrecernos nueva información y puntos de vista (y nuestros amigos habitualmente no pueden, puesto que tienen una visión de las cosas muy parecida a la nuestra). Entonces, la solución parece que pasa por potenciar la identificación y explotación de esas pocas conexiones que van más allá del grupo y a través de las cuales podemos descubrir todo un mundo nuevo. El problema es que, en muchas ocasiones, su identificación es difícil (aunque como hemos visto que dedujo Rapoport, la tendencia es a terminar haciéndolo por la visión local mencionada). Los contactos directos que nos dan acceso a esos vínculos no directos y difíciles de identificar se denominan vínculo débil y como vemos son claves para hacer útil una red a sus integrantes.

Posicionamiento y movimiento

En las redes importa la persona y los grupos a los que pertenece, pero también qué posicionamiento tiene dentro de ese grupo. A mejor posicionamiento, más capacidad para atraer nuevos nodos y para intercomunicar grupos distintos. Eso se relaciona con el movimiento, que genera a su vez nuevo movimiento (y al contrario, el vacío queda estancado): lo que puede empezar con dos personas andando en una dirección puede terminar en una multitud andando, siempre y cuando a esas dos personas se les añada una tercera, y a esas tres una cuarta. Llegará un momento en que se rompa el equilibrio de personas andando hacia los dos lados y todas empezarán a andar hacia el mismo. De hecho ese es el mecanismo que crea las

modas y las revoluciones: de repente un movimiento adquiere la fuerza suficiente gracias a la sincronización de elementos individuales y engulle todo lo demás. Es también el fenómeno que ocurre en los restaurantes de carretera: si vemos muchos coches y camiones aparcados delante deducimos que se trata de un buen restaurante, y si en el que hay justo en frente no vemos a nadie creemos lo contrario. Así que entramos en el que ya está casi lleno y contribuimos a llenarlo más y a que los siguientes que lleguen vuelvan a elegir el mismo restaurante.

De todo lo anterior llegamos a la conclusión de que las redes sociales son un número indeterminado de grupos que se forman en base a contextos y que se solapan en parte gracias a nodos que participan de dos grupos distintos y que tienden a acercarse, precisamente gracias a ese nexo que los pone en contacto. Esto no quiere decir que esos nexos solapados lleven a la fusión de grupos, sino que ofrecen un punto a partir del cual se puede llegar al otro lado. Quizá uno de los aspectos claves para ir un paso más allá en la utilidad de una red social para sus miembros sea hacer fácil la identificación de esos puntos de unión por parte de cada uno de los nodos, de modo que la utilidad para el nodo en el uso de la red se incremente de forma notable.

Redes sin escala

La mayoría de redes sociales son redes de las denominadas sin escala. Lo que eso significa es que hay una minoría de enlaces que están muy conectados (a menudo porque tienen diversos contextos), mientras la mayoría lo está poco. Esto se combina con el efecto Mateo, según el cual los nodos con más relaciones tienden a atraer nuevas relaciones de modo que cada vez son más importantes (mejoran en posicionamiento). Si vamos un poco más allá, podemos deducir fácilmente que estos nodos corresponderán a personas que se pueden convertir en líderes de opinión (o que precisamente se convierten en nodos hiperrelacionados porque ya lo son) y que por lo tanto pueden ser las encargadas de distribuir enlaces y hacer fluir la información que les interese a lo largo de toda o buena parte de la red. Por otro

lado, en cambio, se debe considerar que la capacidad humana para gestionar enlaces (o contactos) no es ilimitada.

Todo ello indica que las acciones y decisiones de los demás influyen en nosotros, a menudo de forma decisiva. En todo caso, podemos decir que las personas construyen movimientos colectivos a partir de movimientos individuales generados por el deseo del interés propio.

2 Redes sociales en internet

Utilizaremos la definición que transcribe Marcelo Zamora en el documento *Redes sociales en internet*⁵:

Las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

La red de internet es de tipo distribuido. En este tipo de redes cada nodo es autónomo y no necesita pasar por un nodo concreto para acceder a los demás. Al contrario, si en su camino se encuentra ante un nodo inactivo puede usar otro para llegar a su destino final.

Cuando hablamos de redes sociales en internet a menudo de lo que estamos hablando en realidad es de sitios de redes sociales. Esto es, aplicaciones que alguien ha desarrollado dotándolas de una serie de características enfocadas a la creación de una red social. Es decir, ofreciendo la posibilidad de crear un perfil, de conectar ese perfil al de otras personas y de empezar a construir o reforzar relaciones con dichos contactos gracias a la compartición de información, el debate, los juegos, etc. En último término, lo que pretenden es operar en tres ámbitos de forma cruzada⁶:

- *Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).*
- *Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).*
- *Cooperación (nos ayudan a compartir y encontrar puntos de unión)*⁷.

5 <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

6 Extraído de la Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

7 Para discernir entre este concepto y el de colaboración se puede consultar el artículo Colaboración vs cooperación en los SRS: análisis de los objetos sociales, de Fernando Santamaria: <http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2009/06/02/colaboracion-vs-cooperacion-en-los-srs-analisis-de-los-objetos-sociales/>

Pero estos sitios de redes sociales no son nada en si mismo: su existencia sólo tiene sentido si aparecen realmente los usuarios y si éstos desarrollan con su actividad la red social deseada por los promotores del sitio. En todo caso, y habiendo hecho esta aclaración, en este documento voy a considerar red social y sitio de red social como sinónimos.

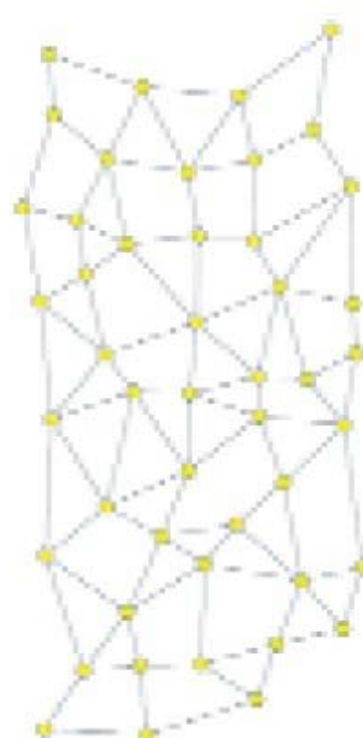
En las redes sociales de internet muchas veces nos encontramos ante sistemas distribuidos en los que cualquier nodo puede ponerse en contacto con cualquier otro si previamente lo encuentra usando los mecanismos de búsqueda establecidos en cada caso. Otras veces, en cambio, los creadores de redes sociales se deciden por un modelos descentralizado: no es necesario pasar por un supernodo central para acceder a un nodo en concreto pero sí por un nodo filtro (el vínculo débil del que hablábamos más arriba) que nos facilita el camino. Es el caso de algunas redes profesionales que no nos permiten acceder directamente a quien queremos a no ser que sea contacto directo nuestro o nos facilite el contacto alguien que sí lo es (o que ese alguien nos ponga en contacto con un vínculo de grado 2 que a su vez nos ponga en contacto con uno de grado 3... hasta llegar a la persona deseada). De todos modos, incluso las redes sociales distribuidas incluyen funcionalidades del modelo descentralizado, como dar la posibilidad a los vínculos débiles de poner en contacto entre ellas a personas de grupos distintos, las recomendaciones, referencias, etc. Eso sí, en este caso no constituyen un modo obligado de proceder.



RED CENTRALIZADA



RED DESCENTRALIZADA



RED DISTRIBUIDA

La imagen anterior está extraída del libro *El poder de las redes*⁸, de David de Ugarte.

Lo que quiere la gente en internet es informarse, conversar, compartir las fotos de la última salida a la montaña, divertirse, posicionarse como experto en un campo profesional concreto, escribir sus emociones o sobre sus aficiones, encontrar posibles proveedores, amigos, socios o clientes, etc. Es decir, que la tecnología es puramente instrumental y su importancia es en función de si facilita al usuario cumplir su desarrollo social en la red. Dicho esto, está claro que en internet no puede existir red social alguna sin una tecnología que la sustente.

⁸ http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf

3 Origen y evolución

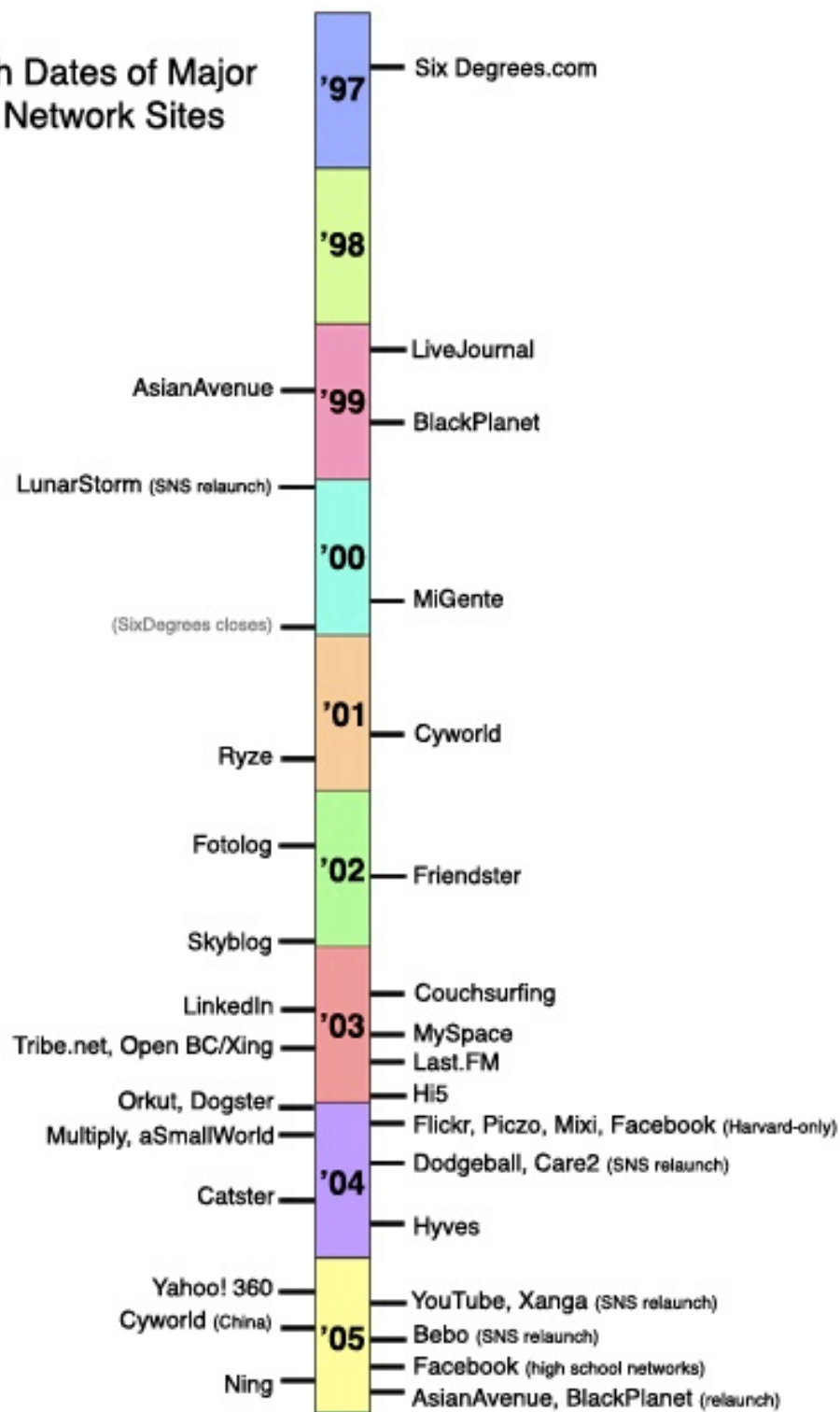
Según la Wikipedia⁹, la primera red social de internet fue classmates.com, creado en 1995 por Randy Conrads. La intención de classmates.com es que las personas puedan conectarse con antiguos compañeros de estudio.

A partir de este momento van apareciendo cada vez más sitios con un concepto similar, pero dedicados a distintos temas y cada uno con sus particularidades. Las formas habituales de captar usuarios son la propia interacción entre personas fruto de la actividad cotidiana en internet (que les lleva a coincidir en sitios por intereses comunes) o las invitaciones de las personas que ya están dentro: el primero invita a sus amigos, que a su vez invitan a sus amigos, que a su vez... y así hasta que la red toma un volumen suficiente como para que el engranaje no deje de funcionar (transición de fase).

Veamos a continuación una representación temporal de la evolución de las redes sociales en internet considerando a las más importantes:

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

Launch Dates of Major Social Network Sites



Extraído de *Social network sites: definition, history and scholarship*¹⁰

Como vemos, en unos pocos años el fenómeno de las redes sociales en internet ha crecido muchísimo y hay redes para todos los gustos. De hecho, es imposible

¹⁰<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

conocer el número total de redes sociales porque cada día nacen nuevas (unas más grandes, otras pequeñas).

Si nos ponemos en el momento presente, vemos que hay una red social que ha conseguido algo que las demás no han hecho: incorporar a la gran masa de internautas a la dinámica de publicación de contenidos diversos (fotografías, videos, textos...) al tiempo que exploran los nodos de la red en busca de personas a quien conocen (ya sean éstas relaciones del presente o de un pasado muy lejano). Estoy hablando de Facebook¹¹.

¿Cómo lo han conseguido? Facebook apareció en 2004¹² y en un primer momento su acceso estaba limitado a los estudiantes de la Universidad de Harvard, que compartían sus aficiones y utilizaban la plataforma para relacionarse de forma *online*. Pero Harvard no es un sitio estanco, sino que sus estudiantes conocen a personas que estudian en otras universidades, así que el creador de la red social (Mark Zuckerberg) decidió abrir la participación después de recibir múltiples peticiones en ese sentido. En un primer momento la apertura fue leve, pero con el tiempo evolucionó hacia el actual acceso libre para cualquier persona. Gracias a ello, la red alcanzó su transición de fase: empieza a haber mucha gente invitando a nuevos amigos, la utilidad de la red crece y por lo tanto llama a más personas a participar. En este momento la rueda ya es imparable (por lo menos mientras los integrantes de la red le encuentren utilidad).

Por otro lado, la plataforma permite que terceras partes puedan programar aplicaciones e integrarlas de modo que cualquiera pueda usarlas. Dichas aplicaciones se concretan en elementos de lo más variopinto, desde la integración de catálogos de biblioteca hasta encuestas del estilo *Qué cantante podrías ser según tu personalidad* o juegos de compra-venta de avatares.

¹¹ <http://www.facebook.com>

¹² Aunque en la imagen anterior aparece en 2006

Realmente, las cifras de Facebook son impresionantes (tiene más de 200 millones de usuarios¹³) y me interesa remarcarlo no por la herramienta en sí misma (que podría ser reemplazada por otras en el futuro), sino porque significa el punto en el que la gran masa de usuarios de internet ha entrado de lleno a formar parte activa de las redes sociales. A partir de este momento, el salto tecnológico está hecho y las personas simplemente deberán encontrar su espacio entre la amplia oferta existente.

Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que conoces.



Registro
Es gratis y cualquiera puede unirse.

Nombre:

Apellidos:

Dirección de correo electrónico:

Contraseña nueva:

Sexo:

Fecha de nacimiento: Día: Mes: Año:

¿Por qué debo proporcionar esta información?

Registro

Para crear una página para una celebridad, un grupo de música o una empresa, [haz clic aquí.](#)

Página principal de Facebook

Dejando de lado esta herramienta concreta, está claro que las redes sociales tienen en internet un espacio para desarrollarse, que hay empresas e instituciones interesadas en desarrollar las plataformas que deben vehicular ese desarrollo y que los usuarios de la Red se están mostrando interesados y se están acostumbrando a usarlas.

Se trata de un éxito debido sin duda a la naturaleza social del ser humano combinada con las facilidades tecnológicas: ordenadores y conexiones a internet cada vez más baratos, facilidad creciente en el uso de las herramientas y una conciencia general favorable a los beneficios de la Red. En el otro lado de la balanza, no debe olvidarse que las redes sociales no han llegado todavía a lugares donde podrían ser muy útiles. Pueden ser herramientas de aprendizaje pero no llegan a los

13 Se puede acceder a sus estadísticas en la siguiente url: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

analfabetos; pueden ser herramientas de socialización y establecimiento de lazos entre territorios en base a intereses comunes, pero no llegan a los países en vías de desarrollo. No se trata de problemas con origen en las redes sociales en internet, pero no deben olvidarse para tener claro que queda todavía mucho territorio por recorrer.

4 Tipología de redes sociales

Pese a que la diferenciación de redes sociales entre las de modelo descentralizado y distribuido ya constituye una categorización, la mayoría de ellas están usando en la actualidad el segundo modelo y no vale la pena incidir más en ello en el marco de este documento. En cambio, sí es importante ir un poco más a lo concreto y fijarse en qué tipos de redes sociales existen en lo que respecta a su propósito final y público objetivo. En ese contexto vamos a hacer tres grandes grupos: especialización (horizontal y vertical), ámbito vital (personales y profesionales) y un grupo final donde cabe una mezcla de todo lo anterior (híbridas).

Redes sociales horizontales:

Por redes sociales horizontales entendemos las redes sociales generalistas. Es decir, aquellas que no están enfocadas a alojar un tema concreto sino que en ellas cabe cualquier cosa: trabajo, ocio, amigos, familia, ligues, deportes, literatura... de todo puede hablarse y las relaciones pueden ser de los más heterogéneas. Facebook, la red social que he comentado más arriba, estaría dentro de esta tipología. También otras como Tuenti¹⁴, Hi5¹⁵ o Myspace¹⁶.

Página de mi cuenta en Tuenti



¹⁴ <http://www.tuenti.com>

¹⁵ <http://hi5.com/>

¹⁶ <http://www.myspace.com/>

Redes sociales verticales:

En contraposición a las horizontales, las redes sociales verticales son aquellas que están especializadas en un tema concreto. Puede ser más o menos restringido, pero este tipo de redes sociales intenta reunir personas en torno a un interés específico.

Algunos ejemplos ilustrativos pueden ser Genviajero¹⁷ (sobre viajes), Cinemavip¹⁸ (sobre cultura audiovisual), Vitals¹⁹ (sobre salud, donde los pacientes hablan sobre sus dolencias, los doctores que los atienden...) o Circle of Moms²⁰ (para padres y madres que quieren hablar sobre sus hijos, compartir sus preocupaciones en relación al tema, etc.).



Circle of Moms

Moms of kids with ADHD

sharing stories, frustrations, information and receive support.

Category: Health, Disease & Special Needs
Privacy: Open

Conversations [View all 590](#)

Title, Starter, & Date	Replies	Last Reply
Does anyone elses child with ADHD have a hard time making friends? by Kristy March 18, 10:19 pm	46	12:00 am by Robin
SOCIAL SECURITY - MEDICAL ASSISTANCE by Cheryl April 12, 6:37 pm	1	yesterday, 10:41 pm by Diana
ADDERALL by Trena January 29, 11:58 am	23	yesterday, 9:28 pm by Crystal
my 11 yr old girl with add has terrible hygene habits by Stacey yesterday, 6:32 pm	1	yesterday, 9:23 pm by Crystal
I just don't know what to do. by Amber April 7, 2:37 pm	9	yesterday, 8:06 pm by Lorraine
I've got a 10year old son in 4th grade with ADHD. He is SMART! They put him in the Gifted Talent Program in school. This year, his teacher is having problems with him doing work. Any... by Heather yesterday, 11:46 am	2	yesterday, 5:47 pm by Rabecca

25,029 members

Administrator

 Dawn

Helpful Links

- Local Tutors
- Special Needs Help
- Kitchen Essentials
- Scrapbooks
- DigitScraping
- Scraping Tools
- Cutlery
- Fun Party Ideas

Foro dentro de la categoría de salud y enfermedad de Circle of Moms

Estas redes sociales son especialmente provechosas para las personas porque les permiten sortear el obstáculo de lo físico. Mientras que en las redes sociales

17 <http://www.genviajero.com/>

18 <http://www.cinemavip.com>

19 <http://www.vitals.com/>

20 <http://www.circleofmoms.com>

generales a menudo una buena parte de los contactos no dejan de ser refuerzos de relaciones que ya existen fuera de internet (amigos, compañeros de trabajo, familiares), en el caso de las redes sociales verticales suele ocurrir justo lo contrario: lo primero es el interés por algo en concreto (una enfermedad que se padezca, por ejemplo), lo siguiente es encontrar la red social dedicada al tema y a partir de ahí se conocen a personas con las mismas inquietudes y con las cuales se produce un intercambio de información que enriquece a todas las partes. Si vamos más allá, al final puede que todo ello desemboque en una relación en el mundo físico que refuerze el contacto nacido a través de internet.

Redes sociales personales:

Estas redes sociales a veces son horizontales (por ejemplo, Tuenti), y otras veces verticales (sería el caso de Circle of Moms). La clave reside en que el interés de la persona cuando participa en ella es personal. Es decir, no está buscando información o conociendo a nuevas personas para obtener un rendimiento a nivel profesional.

Redes sociales profesionales:

Estamos ante el caso contrario al anterior: las personas se mueven en las redes sociales profesionales buscando obtener un rendimiento relacionado con su trabajo: contactos para ventas, para obtener un nuevo puesto de trabajo, para obtener información específica sobre el sector en un territorio determinado, etc.

Las redes sociales profesionales pueden incluirse, según el caso y como ocurría con las personales, entre las horizontales o las verticales. Un ejemplo de las primeras sería LinkedIn²¹, que no discrimina por sector sino que permite crear una cuenta libremente y empezar a relacionarse con personas del propio sector (o de otros) que hayan hecho lo mismo. En este tipo de redes cada usuario tiene un perfil (el perfil es un elemento presente en todas las redes sociales) que viene a ser una especie de *curriculum vitae*, donde se muestra toda su experiencia profesional y donde pueden

21 <http://www.linkedin.com/>

integrarse recomendaciones de conocidos, presentaciones, acceso a webs externas, etc.

Las redes sociales profesionales horizontales permiten el trasvase de profesionales entre sectores o el contacto y facilitamiento de relaciones comerciales intersectoriales. Esto es algo más difícil en las especializadas, donde todos o la mayoría de los integrantes forman parte de un mismo sector. Pero en estas últimas suele fluir mucho más conocimiento útil para el desarrollo del sector o disciplina, ya que las personas intentan hacerse visibles como profesionales destacados del sector y frecuentemente lo hacen escribiendo sus opiniones sobre temas de interés o explicando los resultados de su trabajo. Esto finalmente ayuda a la comunidad a enriquecerse en conjunto, así que las acciones individuales movidas por el interés terminan beneficiando a todo el grupo (y también, por supuesto, a las personas que generan más y mejor contenido, puesto que su visibilidad y prestigio entre colegas aumenta).

Un ejemplo de este tipo de redes sociales sería Sermo²², limitada a la participación de médicos:



Captura de pantalla de Sermo

²² <http://www.sermo.com/>

Redes sociales híbridas:

En realidad nadie pone en marcha una plataforma de red social con la intención de que sea híbrida, porque una red social híbrida es por definición de parte o de todos los tipos anteriormente descritos. Por lo tanto, mayormente indefinida.

Pero pese a que no sea la intención inicial, el uso que de la plataforma hagan los usuarios determina qué tipo de red social vamos a tener. Incluso en el caso de que ésta sea vertical y se controle muy bien la entrada de nuevos usuarios, nadie podría evitar que en una red social de médicos éstos terminaran hablando de cocina y compartiendo recetas. Y en cierto modo, eso no tiene por qué ser malo (por lo menos, para esos médicos).

El fenómeno de hibricidad se produce sobre todo en las redes sociales horizontales tipo Facebook, donde los usuarios terminan a menudo mezclando conexiones de tipo personal con las de tipo profesional (de hecho en muchas ocasiones se funden en uno). Así pues, es muy probable que una persona termine comentando las fotos de la última paella de la familia con un proveedor de servicios o que éste le recomiende la mejor novela que ha leído.

Esto introduce un problema de privacidad, ya que la mayoría de las redes sociales no permite filtrar el contenido que se publica en el perfil en función del tipo de destinatario. Sí que suele estar permitido dejar ocultos ciertos espacios del perfil general del usuario a determinados grupos (número de teléfono, edad, ideología...), pero no ocurre lo mismo con la información más dinámica (las fotos de la última boda a la que asistimos o los comentarios sobre temas personales o profesionales que no tienen por qué interesar a todas nuestras relaciones). Esto puede dar lugar a problemas o incomodidades, como de hecho ya ha ocurrido: ha habido varios casos publicados de empleados que han sido despedidos de sus puestos de trabajo después de hablar mal de sus empleadores o de su lugar de trabajo... olvidando que estos empleadores eran uno de sus contactos de la red social²³. Otro caso reciente y

²³ Teenage office worker sacked for moaning on Facebook about her 'totally boring' job:
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1155971/Teenage-office-worker-sacked-moaning-Facebook-totally->

más mediático fue cuando la actriz Jennifer Aniston dejó a su novio²⁴ después de descubrir algunas mentiras gracias a Twitter²⁵.

boring-job.html

24 Jennifer Aniston ended relationship with John Mayer because of his Twitter 'obsession':
<http://www.telegraph.co.uk/scienceandtechnology/technology/twitter/5038203/Jennifer-Aniston-ended-relationship-with-John-Mayer-because-of-his-Twitter-obsession.html>

25 <http://twitter.com/>

5 Redes sociales y Biblioteconomía y Documentación

Cuando hablamos de este tema podemos hacerlo desde el punto de vista del bibliotecario o del usuario. En el primer caso, hablamos de iniciativas que buscan forjar y reforzar lazos entre los propios profesionales (son redes sociales verticales profesionales). Un ejemplo de ello es Library 2.0²⁶, una red social que funciona sobre la plataforma Ning²⁷ y que pretende servir de punto de encuentro a los bibliotecarios que trabajan en temas relacionados con la web social. Este tipo de herramientas representan una magnífica base de compartición y creación de conocimiento y suelen integrar distintos modos de interactuar: grupos de interés, foros, blogs, etc.



En el segundo caso tenemos que fijarnos en las iniciativas relacionadas con las redes sociales que han buscado facilitar a los usuarios su encuentro con iguales y con la propia biblioteca y su personal. Las redes sociales permiten un contacto más

²⁶ <http://library20.ning.com/>

²⁷ <http://www.ning.com>

directo con la población y la posibilidad de aprovechar nuevos canales para difundir las propuestas de la biblioteca así como para recibir de vuelta la retroalimentación de los propios usuarios. Desde hace años los bibliotecarios están trabajando en estos temas, y a menudo se ha hablado del Opac social como la solución perfecta. Puede serlo, pero solo si ese Opac social llega hasta el fondo de la cuestión y explota todas las posibilidades de las redes sociales. En ese sentido, quizá es más apropiado hablar de biblioteca social como concepto que engloba a los usuarios formando una red social (una de cuyas herramientas centrales es el Opac).

Esa biblioteca social significa una apertura que puede provocar que surjan algunas preguntas. Por ejemplo:

- ¿Hasta qué punto debe la biblioteca propiciar que los usuarios participen y aporten contenidos a la biblioteca?
- ¿Existe el riesgo de que terminen colaborando entre ellos y dejando dejándonos de lado?
- ¿Es bueno dejar que los usuarios se recomienden recursos y que sean ellos mismos los que los cataloguen?

El fondo de estas preguntas muestra una preocupación por perder el papel central de analizador y suministrador de información así como por desembocar en una situación en la que los documentos disponibles o reseñados no estén analizados de un modo aceptable (descripciones normativas, lenguajes controlados...). En el primer caso no parece que debamos preocuparnos, puesto que es bueno que los usuarios sean cada vez más autónomos y eso a la vez permite a los bibliotecarios dedicarse a ser más *facilitadores* que *educadores* (en realidad, es lo que siempre se ha buscado). En el segundo, las investigaciones sobre folksonomías han demostrado que a partir de un cierto volumen, los análisis de los usuarios pueden llegar a ser muy fiables; por otro lado, siempre existe la posibilidad de establecer procesos mixtos de análisis.

Experiencias

A continuación voy a describir brevemente algunas de las experiencias llevadas a cabo por bibliotecas en relación con las redes sociales. No es una lista exhaustiva porque afortunadamente los bibliotecarios cada vez están trabajando más duro en estos temas y no sería posible, pero creo que es bastante representativo de la mayoría de propuestas existentes. Incluyo también un ejemplo de origen no bibliotecario pero que considero imprescindible en este documento.

British Library:

La biblioteca nacional británica es un ejemplo poco común porque es de las pocas que está aplicando una visión estratégica a su presencia e intervención en la web social. En concreto, están desarrollando un plan para tres años (2008-2011) que cuenta con las siguientes cinco líneas estratégicas:

1. Participación: web 2.0 en su propio sitio.

La idea es movilizar a los usuarios para que se conviertan en creadores de contenidos (mediante la puesta en marcha de wikis) y permitirles enriquecer las catalogaciones del contenido de la propia biblioteca. Además, se han puesto en marcha diversos blogs que mantiene el personal de la institución. Es decir, no han convertido la web de la British Library en una red social ni han creado una en otro sitio.

2. Sin fronteras: explotación de las herramientas 2.0 externas

Dentro de esta línea se participa en redes sociales (sobre todo Facebook²⁸) para encontrar nuevos usuarios para la biblioteca. Está muy encaminado a realizar acciones de marketing pensando en atraer más personas hacia la propia web, al estilo de "amigos de la biblioteca"

28 <http://www.facebook.com/pages/The-British-Library/8579062138?ref=s>

3. Acceso simple: mantenimiento de la interfaz de usuario
4. Acceso integrado: permitir acceder a todo el contenido desde cualquier sitio
5. Rich media: ofrecer una experiencia inspiradora de los tesoros de la biblioteca

Página principal de la web de la British Library



THE BRITISH LIBRARY
Explore the world's knowledge

We hold 14 million books, 920,000 journal and newspaper titles, 58 million patents, 3 million sound recordings, and so much more. Start exploring here.

SEARCH GO

[Search tips and advanced searching](#)

- ✓ **British Library**
10,000 pages on our main website
- ✓ **Online Gallery**
30,000 treasures from our collection
- ✓ **Catalogue records**
14 million items in our collections
- ✓ **Journal articles**
9 million articles from 20,000 journals

Quick links **What's on** **Site highlights** **Your library**

Annual Report and Accounts 2007/08

Bringing knowledge to life

▶ Network with us on Facebook
 ▶ Follow us on Twitter
 ▶ See us on Flickr
 ▶ Watch us on YouTube
 ▶ Visit us in London or Yorkshire

"I found books that I just wouldn't have found anywhere else - so, without that, I couldn't have written my book"
 Stef Penney, author of *The Tenderness of Wolves*

▶ Search our catalogue (Beta)
 ▶ Read our blogs
 ▶ Listen to our podcasts
 ▶ Subscribe to our newsletters
 ▶ Send an ecard
 ▶ Check on latest collection moves
 ▶ Read our Annual Report
 ▶ Subscribe to our Press Releases
 ▶ Search for job vacancies

facebook
 twitter
 flickr
 YouTube

Wordcat:

En este caso, como en el anterior, estamos ante una de las instituciones más importantes del mundo bibliotecario: OCLC²⁹. Es por ello que creo imprescindible incluir el ejemplo en este documento, y más teniendo en cuenta que su catálogo ha incorporado la posibilidad de que los usuarios creen un perfil personal a partir del cual pueden realizar diversas acciones:


- Creación de listas de documentos. Estas listas pueden ser compartidas para el disfrute de otros usuarios.
- Reseñas
- Votaciones de documentos
- Etiquetado de registros

Todas estas funcionalidades entran dentro de lo que denominamos web social, ya que permiten a los usuarios enriquecer y enriquecerse con las aportaciones de otros usuarios. De todos modos, no podemos considerar esta experiencia específicamente dentro de las redes sociales, ya que los usuarios no pueden unirse entre si de ningún modo de tal forma que puedan llegar a crear una comunidad. No obstante, reseño la iniciativa porque considero que estas acciones son interesantes y unidas a ciertas funciones de red estarían en la línea a seguir.

Por otro lado, esto seguramente responde al hecho de que OCLC ha preferido aprovechar las funciones de red que ya tiene Facebook, ya que dispone de una aplicación en Facebook³⁰ mediante la cual se puede buscar directamente en su catálogo, compartir las listas, etc.

29 <http://www.worldcat.org/>

30 <http://apps.facebook.com/worldcat/>

 **WorldCat®** Hello Javier! Compartir +

[Home](#) [Advanced](#) [Something to Read](#) [Favorite WorldCat Lists](#) [Invite Friends](#) [Contact Us](#)

Search for an item in libraries near you

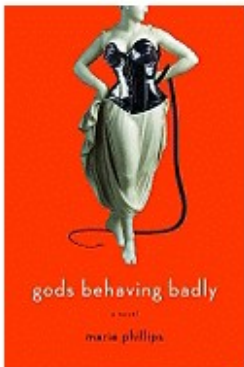
Enter title, subject or author

[Search WorldCat](#)


If you add your current interests to your Facebook profile, we'll add a WorldCat quick search for you here.

Reading Suggestions

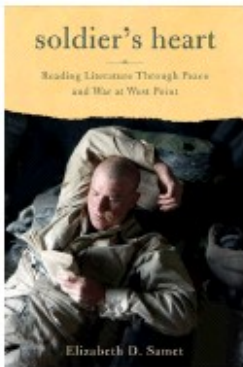
In [WorldCat.org](#) you can create lists of books, music, video and more, organized any way you'd like. These selections are from recent WorldCat.org lists of books "to read". See [more](#).



Gods behaving badly : a novel, by Marie Phillips



The higher power of Lucky, by Susan Patron and Matt Phelan



Soldier's heart : reading literature through peace and war at West Point, by Elizabeth D. Samet

Aplicación Worldcat³¹ de OCLC dentro de Facebook.

Esto también lo han hecho otras bibliotecas: Loughborough University Library³², Copac³³, BPI³⁴, etc.

³¹ <http://www.worldcat.org/>

³² <http://apps.facebook.com/lborolibrary/>

³³ <http://apps.facebook.com/copacsearch/>

³⁴ <http://apps.facebook.com/bpirecherchetousmots/>

Roselle Public Library

En este caso nos encontramos ante una biblioteca que ha ido un paso más allá y ha creado una red social propia³⁵. Este centro situado en Illinois (Estados Unidos) se ha valido para ello de la plataforma Ning.

La red está dirigida a los usuarios y, ya al entrar a formar parte de ella, te solicitan datos como los siguientes:

- Lo mejor de la Roselle Library es...
- La biblioteca sería mejor si...
- Mis libros favoritos
- Mis autores favoritos
- Mi música favorita
- Mis películas/series de televisión favoritas

Al responder estas preguntas, el usuario ya está configurando su perfil de un modo muy pertinente de cara a posicionarlo dentro de la red y en relación al resto de usuarios. Por otro lado, destaca el hecho de que al darse de alta en la red, el usuario recibe a los pocos minutos un mensaje de bienvenida y otro para ofrecer ayuda técnica si se necesita.

Una vez dentro de la red nos encontramos ante un listado de los últimos usuarios que se han hecho miembros y podemos ver los mensajes publicados en el espacio de notas. Estos mensajes son sobre todo acerca de libros. Por ejemplo, una persona dice:

I cannot read the book after I've seen the movie, but I can see the movie after I've read the book. The book is almost always better. When I watch a movie after I've read the book, I try to remember that they are two completely different mediums... each good in their own ways. Plus, movies just go better with POPCORN!

El anterior mensaje forma parte de una discusión titulada *Movie or book?*

³⁵ <http://rosellelibrary.ning.com/>

La red tiene integrado el catálogo de la biblioteca e incluso es posible identificarse con el usuario y contraseña de tal modo que pueden hacerse desde allí mismo reservas de ejemplares para préstamo, renovaciones...

Por otro lado cada miembro puede personalizar su página de inicio y existen espacios para colgar material audiovisual, escribir anotaciones en un blog y comentar cualquiera de esos elementos. Además, se permite la creación y participación de grupos dentro de la red social.

La biblioteca también enlaza la red con su página web³⁶ a través de vínculos a las últimas novedades del boletín que mantienen y actualizando en Ning el listado de los últimos títulos adquiridos por el centro.

Página principal de la red social de la Roselle Public Library

Roselle Public Library Network

Let's talk!

[Main](#)
[Invite](#)
[My Page](#)
[Members](#)
[Photos](#)
[Videos](#)
[Forum](#)
[Groups](#)
[Blogs](#)

WELCOME TO THE NETWORK!

- Personalize Your Page
- Invite Friends
- Add content



A social network for patrons, staff and supporters of Roselle Library, a friendly public library in scenic downtown Roselle, Illinois.

What's New @ Roselle Public Library

[Join the Land of Lincoln Statewide Read](#)

Latest Activity

- ✉ Have you read... ? Let us know what you're reading (listening to, watching) in the Forums. Inquiring members want to know!
19 hours ago
- 👤 [Kathy Martino](#) updated their [profile](#) 22 hours ago
- 🌐 6 [new members](#) joined during the past week yesterday
- 💬 [Lynn D.](#) [replied](#) to the discussion '[What are you reading?](#)' yesterday
“ I just finished reading City of Glass by Cassandra Clare. It is the third book in her Mortal Instruments trilogy. If you like Stephenie Meyer's Twilight series, I'm pretty sure you will like this trilogy even more. Really! Like the Twili...”
- 💬 [Patrick Moriarty](#) left a [comment](#) for '[Lynn D.](#)' yesterday
- 💬 [Lynn D.](#) left a [comment](#) for '[Patrick Moriarty](#)' yesterday
- 💬 [Pam Delaney](#) [replied](#) to the discussion '[Movie or Book?](#)' on Tuesday
“ I cannot read the book after I've seen the movie, but I can see the movie after I've read the book. The book is almost always better. When I watch a movie after I've read the book, I try to remember that they are two completely diff...”
- 💬 [Patrick Moriarty](#) left a [comment](#) on their own [profile](#) on Tuesday

Denver Public Library

³⁶ <http://www.roselle.lib.il.us/>

Este caso es reseñable porque se trata de un centro donde han tenido en cuenta al usuario desde la fase más inicial de definición de la estrategia de la biblioteca respecto a las redes sociales. El personal realizó una encuesta a finales de 2005 para saber cuál era la red social de internet de uso mayoritario entre sus usuarios adolescentes, y el resultado fue Myspace. Entonces decidieron ir donde estaban los usuarios y crearon un perfil³⁷ en dicha red donde ofrecen una mezcla de enlaces a recursos de información de uso diario de los jóvenes (música, principalmente) y a recursos y servicios de la biblioteca (guías de estudio, el servicio de referencia...).

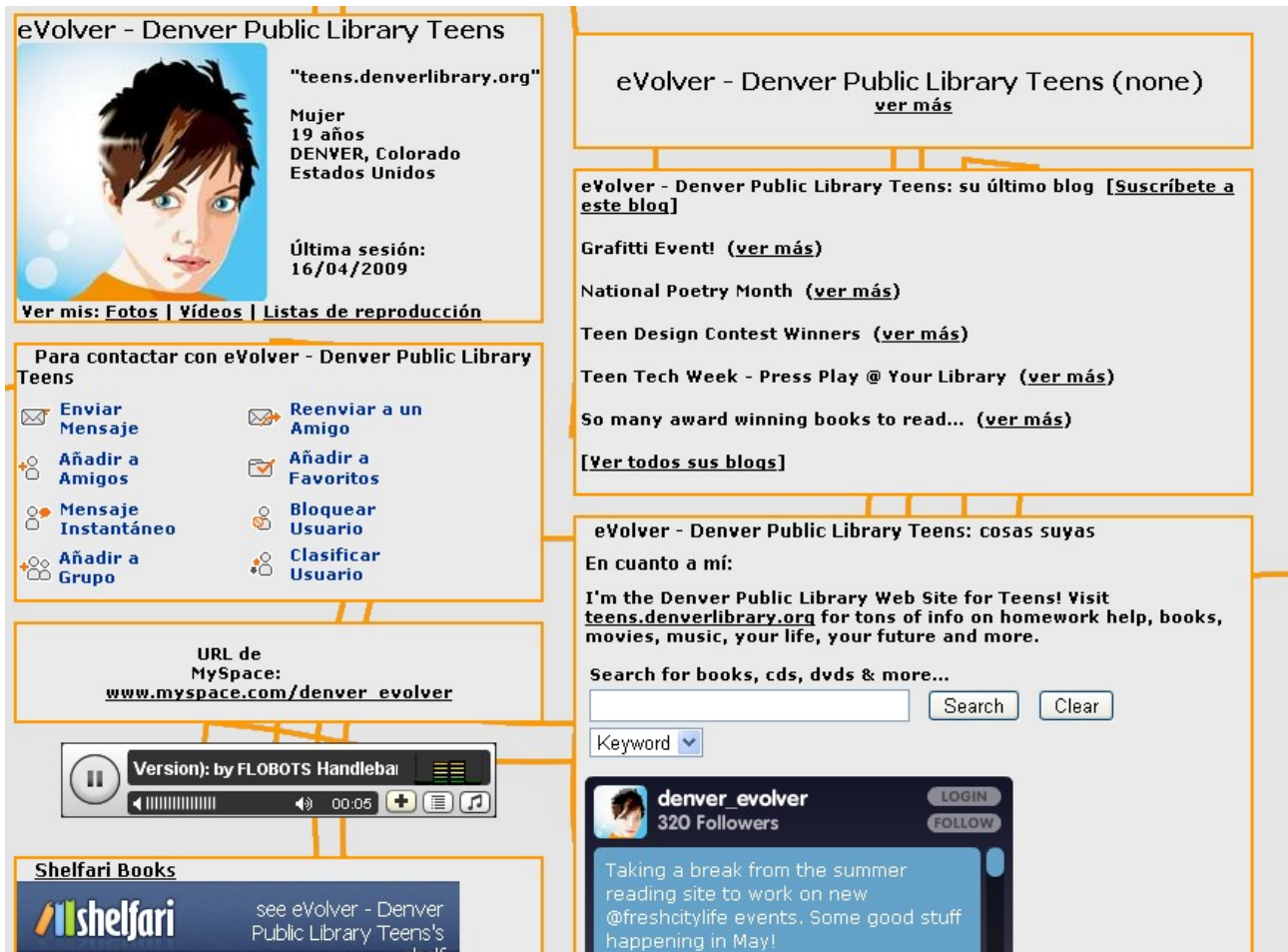
También pusieron en marcha una sección específica en la web para este público³⁸ y en ella incluyeron numerosas referencias relacionadas con herramientas sociales, además de presentarles contenido y recursos orientados a sus necesidades (en relación con el estudio, principalmente) de un modo lo más cercano posible a ellos. Pese a que esta web no incluye ninguna funcionalidad de red social, es un enlace menos brusco entre Myspace y la web de la biblioteca de lo que sería la zona principal³⁹.

Para conseguir la implicación de sus usuarios organizaron un concurso de videos que los usuarios debían grabar y cuyo título debía ser *How I have fun at the library*. Fue un éxito, lo que les animó a organizar otro relacionado con marcadores sociales y al mismo tiempo empezaron a animar a sus usuarios a escribir reseñas de libros, películas y cd's y a publicarlas en Myspace. Según los responsables de la biblioteca, la experiencia (que continúa) está siendo un éxito porque los jóvenes tienen necesidad de expresarse y sólo es necesario saber concederles la oportunidad. Han notado como ha aumentado significativamente el uso de su fondo y sus servicios.

37 http://www.myspace.com/denver_evolver

38 <http://teens.denverlibrary.org/>

39 <http://denverlibrary.org/>



The screenshot shows the Myspace profile of 'eVolver - Denver Public Library Teens'. The profile includes a profile picture of a young woman, a bio stating 'teens.denverlibrary.org', age (19), and location (DENVER, Colorado). It lists recent sessions, contact options (send message, add friends, etc.), and a list of recent blog posts such as 'Grafitti Event!', 'National Poetry Month', and 'Teen Design Contest Winners'. A search bar is visible, and a 'Shelfari Books' widget is at the bottom left. A 'denver_evolver' social media widget is at the bottom right.

Perfil de la Denver Public Library en Myspace

Bibliotecas con perfil en Facebook

Cada día hay más bibliotecas que dan de alta un perfil en Facebook, ya sea en la forma de cuenta, como grupo o como página (en éstos dos últimos casos debe colgar del perfil de una persona y es como dicen que debe hacerse los promotores de la red). Una vez en marcha se puede no hacer nada más o tener una actividad constante, ya sea conversando con los usuarios, dándoles a conocer las actividades que propone la biblioteca, compartiendo recursos, etc.

Conviene aclarar que hablo específicamente de Facebook porque es la herramienta que actualmente congrega más la atención, pero considero que es una situación circunstancial y que posiblemente en un futuro no demasiado lejano la herramienta de referencia sea otra (u otras, lo que no quita que Facebook siga teniendo un papel importante). Dicho esto, a continuación incluyo una pequeña lista de ejemplos describiendo el uso que le dan a la red social:

- Biblioteca Universitària de Sabadell⁴⁰

Pertenece a la Universitat Autònoma de Barcelona. En su perfil publican información sobre actividades que se realizan en la escuela universitaria a la que dan servicio y recopilan enlaces a recursos que consideran de interés para su comunidad. Tienen todos los datos de contacto del centro actualizados. Cuentan con 265 contactos⁴¹.

- Biblioteca Ingenieros

Se trata del perfil de la Biblioteca de la Escuela de Ingenierías Industriales de Valladolid⁴². Ofrecen todos los datos de contacto del centro y en su perfil publican novedades prácticas sobre la biblioteca (sesiones formativas, cambio de horarios, etc.). Además, ofrecen continuamente enlaces a recursos de interés para su comunidad. Tienen 202 contactos enlazados.

- Biblioteca Pública de Constantí

Tienen todavía poco contenido, pero ofrecen reseñas, estadísticas de la biblioteca y noticias, sobre todo del ámbito de la literatura. Además, anuncian periódicamente las actividades que organizan dentro de la biblioteca. Por otro lado, incluyen los datos de contacto con el centro y la referencia de los horarios del espacio físico del centro. Tienen 509 contactos.

40 <http://www.uab.cat/bib/>

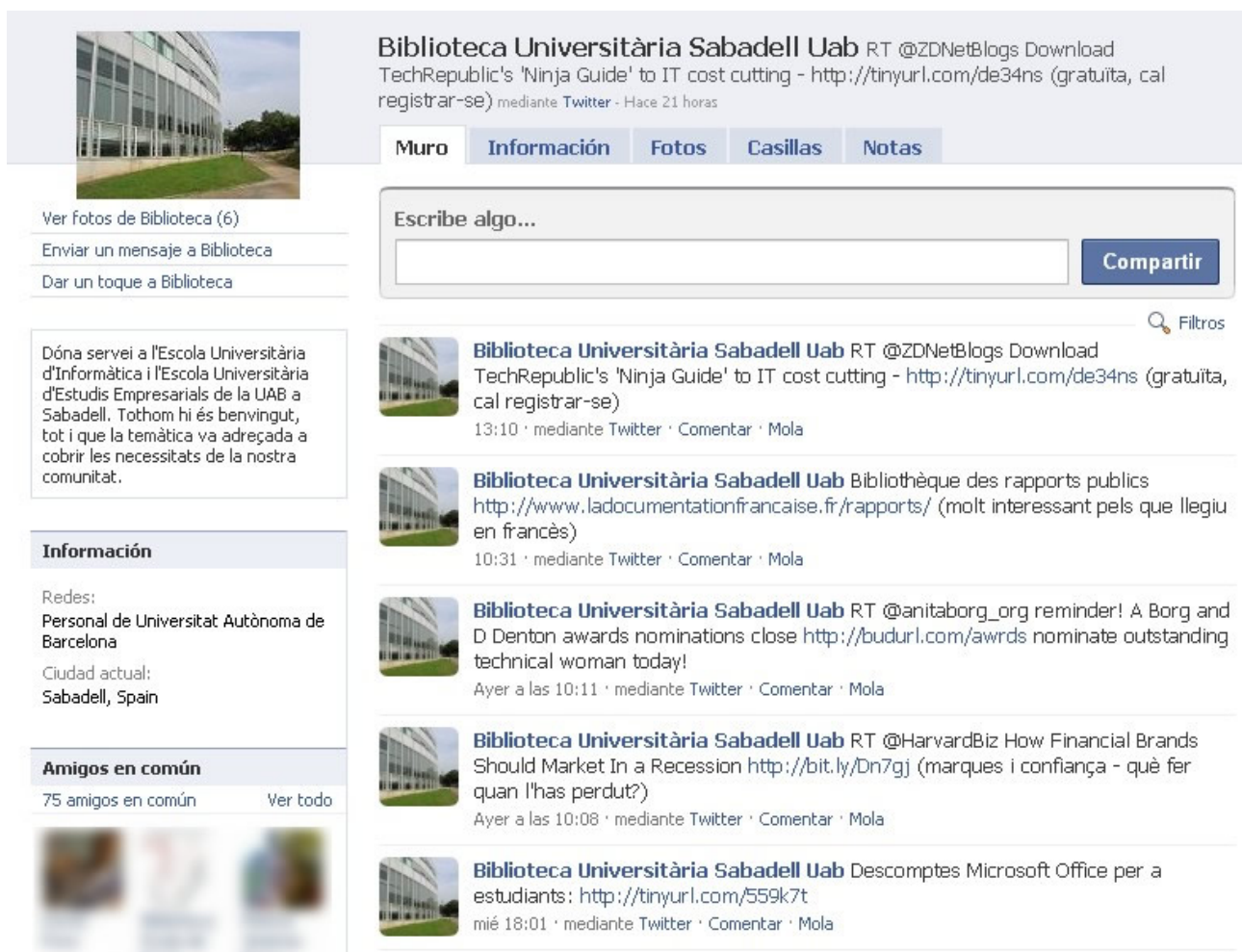
41 A fecha de 15 de abril de 2009. Para los siguientes ejemplos la cifra de contactos también es válida para esta misma fecha

42 <http://www.eis.uva.es/Servicios/Biblio/>

- Biblioteca de Illescas

Especifican la dirección del centro pero por ahora no tienen más información disponible. Ellos mismos especifican que están *en pruebas*. Cuentan con 24 contactos.

No incluyo el último ejemplo como negativo en si mismo, puesto que es muy posible que poco a poco vayan añadiendo más material a su perfil, sino para llamar la atención sobre el peligro de abandonar perfiles incompletos. Son muchas las bibliotecas que se apuntan al carro de las redes como simple reacción ante la moda de la web social, pero después no vuelven a trabajar en ello. En esos casos la



Biblioteca Universit ria Sabadell Uab RT @ZDNetBlogs Download TechRepublic's 'Ninja Guide' to IT cost cutting - <http://tinyurl.com/de34ns> (gratu ta, cal registrar-se) mediante Twitter · Hace 21 horas

Muro Información Fotos Casillas Notas

Escribe algo...

Compartir

Filtros

Biblioteca Universitària Sabadell Uab RT @ZDNetBlogs Download TechRepublic's 'Ninja Guide' to IT cost cutting - <http://tinyurl.com/de34ns> (gratuïta, cal registrar-se)
13:10 · mediante Twitter · Comentar · Mola

Biblioteca Universitària Sabadell Uab Biblioth que des rapports publics <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports/> (molt interessant pels que llegiu en franc s)
10:31 · mediante Twitter · Comentar · Mola

Biblioteca Universitària Sabadell Uab RT @anitaborg_org reminder! A Borg and D Denton awards nominations close <http://budurl.com/awrds> nominate outstanding technical woman today!
Ayer a las 10:11 · mediante Twitter · Comentar · Mola

Biblioteca Universitària Sabadell Uab RT @HarvardBiz How Financial Brands Should Market In a Recession <http://bit.ly/Dn7gj> (marques i confiança - qu  fer quan l'has perdut?)
Ayer a las 10:08 · mediante Twitter · Comentar · Mola

Biblioteca Universitària Sabadell Uab Descomptes Microsoft Office per a estudiants: <http://tinyurl.com/559k7t>
mi  18:01 · mediante Twitter · Comentar · Mola

Información

Redes:
Personal de Universitat Autònoma de Barcelona
Ciudad actual:
Sabadell, Spain

Amigos en común

75 amigos en común Ver todo

biblioteca termina ofreciendo una mala imagen, por dejadez.

Perfil en Facebook de la Biblioteca Universitaria de Sabadell

Librarything

Librarything⁴³ es una red social de libros y se trata de una iniciativa que no proviene específicamente de una biblioteca. La incluyo aquí porque es un caso muy importante que ha sabido captar la atención de muchos usuarios de internet interesados en la lectura y del cual hay mucho que aprender.

Se trata de un servicio donde cualquier persona pueda crearse una cuenta, rellenar un perfil y empezar a catalogar sus propios libros. Dado que cuenta con unos seiscientos mil usuarios, la mayoría de las veces la persona que quiere añadir una obra tiene muy poco trabajo: simplemente sumar a su lista un libro que alguien ya ha catalogado (incluso ese alguien puede ser una biblioteca, puesto que tienen implementado el protocolo Z39.50). Pero además ese usuario puede personalizar "su copia" a través de una reseña, añadiendo etiquetas, cubiertas digitalizadas, etc.

Añade libros a tu biblioteca

Buscar

título, autor, ISBN, N° en Biblioteca del Congreso de EEUU, etc.

Buscar

Etiquetas

Separa con comas, por ejemplo: "historia, historia militar, Napoleón" (¿qué son las etiquetas?)

¿Dónde buscar?

- ☒ Amazon.com (eliminar)
- ☐ Library of Congress (eliminar)
- ☐ Biblioteca de Castilla y Leon (eliminar)
- ☐ SUDOC (eliminar)

Or elige de entre 690 otras fuentes en todo el mundo

Espacio de entrada de nuevos libros en Librarything

43 <http://www.librarything.com/>

Los usuarios de Librarything pueden tener contactos y hacerles recomendaciones, participar en grupos de interés o crear los suyos. Además hay blogs, foros, selección de reseñas en base a votos de los usuarios, listas de libros más añadidos, etc.

El éxito de Librarything está siendo abrumador e incluso un buen número de bibliotecas han abierto una cuenta en el servicio para aprovechar funcionalidades que sus sistemas de gestión no permiten. Como consecuencia de ello, los promotores de la red social han reaccionado y han creado Librarything for libraries⁴⁴, que ofrece opciones de integración de contenidos de la red social en la web de la biblioteca.



Ya hay más de un centenar de bibliotecas que están utilizando este servicio para enriquecer su propio catálogo⁴⁵.

⁴⁴ <http://www.librarything.com/forlibraries/>

⁴⁵ http://www.librarything.com/wiki/index.php/LTFL:Libraries_using_LibraryThing_for_Libraries

6 Tendencias de futuro

Tendencia general

Pese a que la expansión de las redes sociales en internet se ha producido gracias a las redes sociales generalistas, las especializadas parecen ser el punto lógico hacia el que tienen que moverse las cosas. Si nos fijamos en el ejemplo de Facebook nos encontramos ante mucha gente que acude a la red ante la promesa de que allí va a encontrar personas a las que hace tiempo que ha perdido la pista. Una vez allí descubren sorprendidos que es verdad y se entusiasman, pasando cada vez más tiempo buscando nuevos conocidos a los que conectarse y poniéndose al día con los que ya ha encontrado. Pero ese proceso termina un día porque los contactos de hace años, aunque haga ilusión encontrarlos, a menudo no pueden entretenernos más que un poco porque todos hemos cambiado y posiblemente los intereses ya no sean comunes. De hecho, ya hay datos que demuestran que ha disminuido el tiempo medio que las personas dedican a cada sesión dentro de redes generalistas como Myspace, Hi5 o la propia Facebook⁴⁶.

En cambio, los intereses son más sólidos porque son los que mantienen a las personas motivadas. A alguien que comparte tu afición por el aeromodelismo puedes explicarle tu situación personal, pero aunque no lo hagas o ya lo hayas hecho seguirá habiendo una afición que os une y de la que podéis seguir hablando. Por ese motivo y porque las personas tenemos una capacidad de atención limitada creo que en el futuro van a imponerse las redes sociales verticales sobre las horizontales. Esto puede ocurrir de alguna de estas dos maneras:

- Mediante una atomización de redes sociales que lleve la convivencia de muchas plataformas independientes y ultraespecializadas
- Mediante una supervivencia de las redes horizontales cambiando su configuración por la de distribuidor de personas hacia sus espacios de interés.

46 Los datos son de ComScore, un servicio de medición de audiencias en internet: <http://www.comscore.com/>

Esta opción debería garantizar la suficiente estanqueidad entre espacios para evitar la dispersión.

Personalmente creo más en la primera opción, por cuanto la segunda no parece tener ningún valor añadido. Por otro lado, quizá los previsibles futuros sistemas de identificación única⁴⁷ sean los que permitan que esa función de distribución pueda existir sin necesidad de las redes generalistas. Actualmente, en cambio, nos vemos obligados a repetir el registro y a volver a introducir todos nuestros datos personales cada vez que nos registramos en una nueva red social o servicio de internet.

¿Hacia dónde deben ir las bibliotecas?

Lo primero que debe quedar claro es que no se trata de un problema de tecnología sino de personas y de sus necesidades. Esto nos lleva en realidad muy lejos de esa tecnología y directamente a nuestros orígenes: la misión de la biblioteca.

Pero... ¿cuál es la misión de la biblioteca? Aunque depende del tipo de biblioteca a la que nos estemos refiriendo, los puntos que aparecen en el Manifiesto de la biblioteca pública de la IFLA/Unesco⁴⁸ nos pueden servir como un marco de referencia muy apropiado: estamos hablando del desarrollo de las personas, de su proceso de formación, de su información y de su ocio.

Como decía, el foco no puede estar en la tecnología sino en las personas, pero la tecnología sí debe ser un accesorio vital para acercarnos al ideal de la misión reproducida anteriormente. Si en un primer momento la tecnología podían ser fichas catalográficas que ayudaban a los usuarios a encontrar un libro en las estanterías y más adelante se transformó en registros informáticos que servían para lo mismo pero que permitían su consulta de una forma más ágil y a distancia, ahora las aplicaciones de redes sociales pueden servirnos para facilitar aún más la cercanía

47 Como ya existe el OpenID, que quizá sea el que acabe triunfando. <http://www.openideurope.eu/>

48 <http://www.ifla.org/VII/s8/unesco/span.htm>

entre usuario y biblioteca, pero también nos permiten conseguir que distintos usuarios puedan entrar en contacto, compartir información y conocimiento y ayudarse en el desarrollo mutuo.

¿Qué estrategia deben tomar las bibliotecas con respecto a las redes sociales? ¿Deben salir de su sitio web y estar presentes en cada uno de los sitios de redes sociales donde estén sus usuarios? ¿Deben centrarse sólo en unos pocos? ¿Deben desarrollar sus propios sitios de redes sociales en vez de entrar y participar en aquellos donde están sus usuarios para no dispersarse?

Son muchas preguntas y las respuestas no son evidentes. Por un lado, lo más fácil es identificar las redes sociales donde estén la mayoría de nuestros usuarios y crear allí un perfil donde nos relacionemos con ellos. El problema es que pueden ser muchas redes distintas y la demanda de recursos es importante (personal dedicado a mantener y alimentar el perfil de la biblioteca en cada una de las redes sociales repitiendo, en muchos casos, la información). La solución, entonces, es centrarse en las pocas redes donde estén la mayoría de nuestros usuarios.

Pero, por otro lado... ¿debe una biblioteca entrar en una red social externa? ¿Qué preguntas debería hacerse antes de dar el paso? Javier Celaya ofrece algunas pistas⁴⁹, de las que destaco las siguientes:

- ¿Cuál es el objetivo de la presencia en redes sociales?
- ¿Qué tipo de contenidos se van a ofrecer?
- ¿De qué se va a hablar en las redes sociales?

En realidad, estas preguntas nos vuelven a llevar a una principal: ¿ayudará la presencia en estas redes sociales externas a cumplir con la misión de la biblioteca?

⁴⁹ El sector cultural en las redes sociales:

http://www.dosdoce.com/continguts/articulosOpinion/vistaSola_cas.php?ID=127

El propio Javier apunta en su libro *La empresa en la web 2.0* algunas de las cosas que una empresa (y en el caso de una biblioteca sería muy parecido) puede hacer al entrar a participar en una red social:

- Creación de un perfil corporativo
- Creación de un grupo de interés
- Segmentación del mercado
- Realización de encuestas
- Análisis del comportamiento del usuario
- Atención al cliente
- Publicidad *online*
- Escuchar las conversaciones

Problemas de enfocar el uso de redes sociales en herramientas externas:

No está nada claro que a los usuarios les interese *ser amigos* de su biblioteca. Si nos fijamos con atención en las listas de contactos de bibliotecas presentes en Facebook, nos daremos cuenta de que buena parte de ellos son profesionales de la Biblioteconomía y Documentación u otros perfiles de bibliotecas. Así pues, ¿estamos ofreciendo un servicio a nuestros usuarios o seguimos en la fase de experimentación entre nosotros? En muchas ocasiones, lamentablemente, la respuesta correcta es la segunda opción.

Por otro lado, si una biblioteca participa a la vez en diversas redes sociales, por un lado tiene la posibilidad de personalizar su oferta al tipo de público de una red y de otras, que previsiblemente será distinto. Pero siempre habrá información en una red que podría interesar a los contactos de otra, y la solución no es simplemente repetir porque quizá lo que interese sea algo que ha aportado uno de los usuarios. Realmente no es bueno centrarse en un solo foco porque podemos no llegar a todos nuestros usuarios, pero tampoco es una situación ideal la de querer abarcarlo todo.

Pero volviendo a lo anterior, parece lógico que los usuarios no se interesen demasiado por lo que les ofrece la biblioteca en una red de tipo horizontal, ya que pese al fenómeno de hibridación comentado anteriormente siguen siendo redes a las que se da un uso mayoritariamente ocioso. Y aunque la biblioteca puede servir para el ocio, no es este el acercamiento correcto: el usuario no quiere ser amigo de la biblioteca sino, en todo caso, estar con sus amigos (esto no excluye al bibliotecario como individuo) en la biblioteca.

Entonces... ¿qué?

Creo que el futuro debe pasar por integrar las tecnologías de redes sociales en el espacio web de la biblioteca. Está demostrado que incorporar herramientas de la web social a la web de la biblioteca (blogs, espacios de debate, sistemas de etiquetado, votaciones...) aumenta mucho el tráfico e interés del sitio. Entonces, ¿por qué no potenciar eso ofreciendo herramientas para que los usuarios se pongan en contacto entre ellos a un nivel más profundo? Si queremos crear una comunidad de personas que se relacionen entre ellas, que se ayuden, a las cuales podamos ayudar, con las que podamos hablar, que se diviertan y que mejoren así su experiencia educativa, cultural y de ocio, lo mejor es ofrecerles algo que les motive a construir parte de su experiencia social en internet en nuestra casa.

Hemos visto dos ejemplos de éxito que van en este sentido: el de la Roselle Public Library, que ha puesto en marcha una red usando la herramienta Ning (este servicio permite que la red social esté en un dominio propio), y el de Librarything, una red social que pese a no ser de una biblioteca podría serlo perfectamente. En mi opinión, ese es el camino a seguir.

Las bibliotecas parten con ventaja porque ya de entrada cuentan con algo que ofrecer:

- El propio fondo (en analógico o en electrónico). Buena parte de esto nos lo podemos llevar a una red social externa

- El conocimiento relacionado con la búsqueda, selección y puesta a disposición de información
- Las herramientas para poner todo eso en manos de los usuarios.

Por su parte, los usuarios tienen interés en aportar contenidos y enriquecer los documentos o las referencias de los documentos que les interesan (y se demuestra viendo lo bien que funciona Librarything). En ese contexto, lo que necesitan las bibliotecas es elaborar buenas estrategias que les lleven a ofrecer una propuesta real de valor (posiblemente incluso aceptando que la propia biblioteca, con su personal y su fondo *propio*, seguramente no va a ser el elemento central de esa propuesta) y conseguir ser suficientemente convincentes como para motivar al usuario a confiar en esa propuesta (sobre todo a los mejor posicionados para atraer a la gran masa). Por último, los bibliotecarios deben formarse convenientemente en la dinamización de comunidades porque, como hemos visto, una red social necesita movimiento para vivir.

Todo lo anterior no quiere decir que haya que olvidar las redes sociales externas a la biblioteca sino al contrario. Aunque consigamos una buena masa de usuarios, estos van a seguir teniendo presencia en otros sitios y es posible que les sea realmente útil llevarse allí información de la biblioteca. Por ese motivo las tecnologías que se pongan en funcionamiento deben garantizar la interoperabilidad y permitir que los usuarios puedan llevarse cualquier trozo de información donde quieran y cuando quieran, que puedan reutilizarlo y mezclarlo con otros trozos que no necesariamente provengan de la biblioteca. Por lo tanto, no se trata tanto de que la biblioteca vaya a las redes sociales externas sino de que sean los usuarios los que la conduzcan allí en forma de fragmentos de información.

Resumiendo y a riesgo de pecar de simplismo pero con ánimo de clarificar, me atrevo a decir que la situación ideal sería poner en marcha en la biblioteca un Librarything que funcione sobre Ning y en la que cada uno de los ítems individuales (un registro del catálogo, una nube de etiquetas, listados dinámicos de documentos por materias, las fotografías de determinado acto, una reseña, etc.) que se generen se puedan exportar hacia Facebook.

Otra consideración que no debe olvidarse es la experiencia cooperativa que han acumulado durante años las bibliotecas. A lo largo y ancho del mundo la formación de redes de bibliotecas ha mejorado los servicios gracias a catálogos colectivos, préstamos interbibliotecarios y otras acciones conjuntas. Toda esa experiencia y esas redes que ya están desplegadas deben tenerse muy en cuenta a la hora de ponerse a trabajar en el tema que nos ocupa. Una red social empieza a funcionar a partir del momento en que consigue un volumen mínimo de integrantes y de actividad, y en ese sentido el aprovechamiento de los consorcios bibliotecarios (aunque la cooperación puede extenderse mucho más allá) para construir herramientas más grandes es vital. Como dice el dicho catalán, *quants més serem, més riurem*⁵⁰.

⁵⁰ Cuantos más seamos, más reiremos. Es decir, cuanto más mejor.

7 Conclusiones

Hemos visto la evolución del estudio de las redes, lo que nos ha servido para hacer un repaso a sus reglas de funcionamiento, y hemos desembocado en las redes sociales y más concretamente en el medio internet. Los humanos somos seres sociales y en el contexto de la Red lo natural es que terminemos relacionándonos unos con los otros para divertirnos, para informarnos y para formarnos.

Las bibliotecas, por su parte, siguen siendo las instituciones garantizadoras del acceso a la formación y a la cultura para todos. No es momento de quedarse atrás sino de liderar los nuevos tiempos; deben aprovechar a su favor las herramientas tecnológicas disponibles hoy en día, conseguir atraer a los usuarios y animarles a participar en todos los procesos relacionados con la información. El objetivo final, nunca debe olvidarse, es servir mejor a la sociedad y ayudar a las personas en su desarrollo vital.

8 Bibliografía

- Arroyo, Natalia. "Los sitios de redes sociales en las bibliotecas". Web social para profesionales de la información (13 junio 2008) <<http://comunidad20.sedic.es/?p=197>> [Consulta: 14 abril 2009]
- Arthur, Adrian; Truby, Alex. The library in Facebook: the British Library Experience. <<http://www.jibs.ac.uk/events/workshops/web2.0/library-in-facebk-bl.ppt>> [Consulta: 14 abril 2009]
- Boyd, Danah M. "Social network sites: definition, history, and scholarship". Journal of Computer-Mediated Communication. v. 13, n. 1 (2007). <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>> [Consulta: 14 abril 2009]
- Celaya, Javier. La empresa en la web 2.0. Barcelona: Gestión 2000, 2008.
- Levine, Rick et al. El manifiesto Cluetrain. Barcelona: Deusto, 2008.
- Eisenberg, Mike. A Library WOT and SWOT: What's Out There and what it might mean in terms of Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats to, for, and by Libraries. <<http://aaron.thelibrarian.org/oitp/wye/Eisenberg-Library2007.doc>> [Consulta: 14 abril 2009]
- Freire, Juan. "Redes sociales: ¿modelos organizativos o servicios digitales?". En: El profesional de la información. v. 17, n. 6 (nov.-dic. 2008). p. 585-588
- "Libraries and social networking". Nextspace. n. 7 (sept. 2007). <<http://www.oclc.org/nextspace/007/1.htm>> [Consulta: 14 abril 2009]
- "Social networking encourages teen library usage at Denver Public". Nextspace. n. 7 (sept. 2007). <<http://www.oclc.org/nextspace/007/advocacy.htm>> [Consulta: 14 abril 2009]
- "Social network". Wikipedia. http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network [Consulta: 14 abril 2009]
- Stephens, Michael. "Web 2.0 and libraries: best practices for social software". ALA Techsource (2006).

- Storey, Tom. Using WorldCat.org to build a social network of the world's library users. <<http://www.oclc.org/nextspace/007/productsandservices.htm>> [Consulta: 14 abril 2009]
- Ugarte, David de. El poder de las redes
<http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf> [Consulta: 14 abril 2009]
- Watts, Duncan J. Seis grados de separación: la ciencia de las redes en la era del acceso.

Créditos

Javier Leiva Aguilera⁵¹ (autor)

Diplomado con Premio Extraordinario en Biblioteconomía y Documentación por la Universidad de Barcelona. Es socio fundador de la empresa Catorze Asesoría Internet (catorze.com), dedicada a la consultoría y formación en dinamización de proyectos en internet, y profesor en la Universidad de Vic, donde imparte diversas asignaturas relacionadas con la información electrónica.

Eulàlia Espinàs⁵² (coordinadora)

Licenciada en Biblioteconomía y Documentación por la Universidad de Barcelona. A lo largo de 15 años desempeñó el cargo de Directora-Gerente de la Fundació Biblioteca d'Alcúdia "Can Torró" y de la Fundación Bertelsmann en España, dedicada al desarrollo de proyectos relacionados con la gestión y la mejora de las bibliotecas públicas españolas. En los últimos años desempeña su labor profesional en el campo de la gestión cultural.

Fernando Juárez Urquijo⁵³ (contraste)

Licenciado en Geografía e Historia, Diplomado en Arqueología por la Escuela Práctica de la Arqueología del País Vasco por la Universidad de Deusto y máster en Documentación Digital (Universidad Pompeu Fabra). Bibliotecario municipal de Muskiz desde 1988; además fue responsable del Departamento de Euskera (1992-2002) y desde 2008 gestiona la web institucional del ayuntamiento.

Miquel Rodríguez Batallé⁵⁴ (contraste)

Licenciado en Filosofía y Letras (Psicología). Ha sido empresario y consultor en su propia empresa y ha trabajado en la administración pública y local, donde ha sido responsable entre otras cosas de la implantación del modelo EFQM y de la definición de los sistemas de información. También es profesor del Instituto Nacional de Administraciones Públicas

51 <http://www.javierleiva.info>

52 <http://www.directorioexit.info/consulta.php?campo=ID&directorio=exit&texto=606>

53 http://wiki.sedic.es/index.php/Usuario:Fernando_Ju%C3%A1rez_Urquijo

54 <http://lapenultimaidea.com/doku.php/curr%C3%ADculo.personal>

Informe bajo licencia **Creative Commons**: Reconocimiento - No comercial-Compartir igual⁵⁵

⁵⁵ <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/>